社交式思政：融媒体思政工作的有效范式

王振荣
（常熟市融媒体中心，江苏 常熟 215500）

摘 要：第五媒介在为融媒体思政工作提供一系列技术条件的同时，其在传播模式、受众地位、内容形式、语言形态上引发的巨大变革，也对融媒体思政工作提出了挑战。社交式思政，通过一系列自身建设，将上述变革吸纳、融入自身范式特征中，能有效促成融媒体思政达成使命。

关键词：第五媒介；融媒体思政；传播模式；传播载体；社交式思政　　**中图分类号：**G641　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）06-114-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.06.036
本文著录格式：王振荣．社交式思政：融媒体思政工作的有效范式 [J]. 中国传媒科技，2021（06）：114-115.

1. 第五媒介触发融媒体思政

第五媒介也可称为移动网络媒介或智能手机媒介，是以智能手机为视听终端、以智能手机上网为平台的个性化即时信息传播载体。从传播技术角度看，第五媒介是以大众为传播目标、以定向为传播目的，以及时为传播效果、以互动为传播应用的大众移动交流传播平台。从传播受众角度看，第五媒介表现出信息接受即时化、信息获取碎片化、信息传播爆炸化、信息内容草根化、时间整合高效化等特点。由此显著区别于纸媒（第一媒介）、声媒（第二媒介）、视媒（第三媒介）、网媒（第四媒介），获称第五媒介。

在不同媒介的不同技术条件下，形成了不同的内容生产、传播机构或组织，即不同的媒体。第五媒介不但带来传播方式的巨大变革，也衍生出媒体格局、舆论生态的巨大变化。传统媒体（特别是报纸、广播、电视媒体）的传播力、引导力、影响力、公信力面临很大挑战，进而导致其所承担的思政传播使命在效率、效益、效果上面临压力。正是在这一背景下，“融媒体”“融媒体思政”两个概念先后被提出。

融媒体就其词汇定义而言，指不同媒体形态（包括但不限于五大媒体）的融合，是通过全面整合不同媒体形态中具有互通性、互补性的资源、内容和渠道，进而形成的新型媒体。融媒体的提出，志在使各种媒体形态呈现“你中有我、我中有你”的融合关系，在此基础上发挥各自优势，形成相得益彰的强耦合效应。但若以时代潮流观照这一概念，则必须承认，这种融合或创新，实际上强调现代信息技术平台的基础地位，强调互联网技术和智能手机为代表的现代通信技术的核心地位。也就是说，这一概念实际指向的是第五媒介的优先位置，实际考虑的是传统媒体如何借助第五媒介提升“四力”。

由此，“融媒体思政”这一概念，并非指各种媒体形态在思政传播方面发挥“1+1=2”的叠加功效，实际围绕的是如何在智能手机客户端达成思政传播“1+1 ＞ 2”的使命。融媒体思政的提出，就是思政工作在速度、幅度、交流度上谋求变革的体现。如果说主流媒体的思政优势在于自身的内容优势、思维优势，进而确保把话“说对说透”，那么融媒体思政的使命在于利用好第五媒介提供的平台优势、传播优势，以接地气的方式把话“说好”，实现及时扩散，及时互动，及时沟通，最终把话说到百姓的心坎里。如此，方能让“说对说透”发挥出最大价值，确保主流媒体在第五媒介时代继续发出强音。

2. 融媒体思政面临的挑战

第五媒介从信息传播技术角度为融媒体思政“1+1 ＞ 2”使命的达成提供了条件，但又在以下四个方面对使命达成形成挑战。

2.1 传播模式的变革

第一至三媒介的传播模式属于一对多的扇形传播，第四媒介则是网状传播，至第五媒介则呈现爆炸式裂变传播。若依据马克·波斯特关于媒体传播的两个时代划分，则融媒体思政已经告别了“播放型传播模式”，进入了典型的“双向的去中心化的交流”模式。[1]

2.2 受众地位的变革

传播态势的变革导致了受众地位的变革。受众的信息控制权迅速增大，话语主动权极大提升。更少被动接收，更多主动摄取、反馈、传播。实际上，公众在第五媒介上的发布、反馈，已经成为重要的舆情来源，已经极大影响了社会议程。这使传播主体与传播受众之间的距离不断缩短、地位日益持平。

2.3 内容形式的变革

受众地位的变革与第五媒介在传播受众角度呈现的五点特殊性（见本文第一节）相叠加，框定了融媒体在信息终端上的内容表现形式：一是文字表述必然力求用短小精悍，因为“只言片语”本身就是增加点击量和阅读量的要素，有利于在传播中抢占先机；二是从传播源头开始，就减少文字比重而大量增加图片、视频、音频、H5 等多媒体方式，以内容的可视乃至互动代替单纯的只

读。

2.4 语言形态的变革

上述三方面变革共同引发了语言形态的变革。去中心化突出了受众（网民）的表达权、选择权。一旦以第五媒介为平台，一切谋求被接受、被吸引、被理解、被传播的信息，都必须追求受众"喜闻乐见"这一刚需。"播放型传播模式"下所偏重的"谨慎叙事，严肃说教和单向度价值表达"[2]必然因口味问题而导致受众流失。只有重视网络语言、运用网络语言，以增加信息的新鲜值、接近值、趣味值，才能有效实现信息与大众的融合。

若不能有效应对这些挑战，融媒体思政将因为吸引力弱而导致点击率、阅读量、收视率、收听率的下降，进而导致传播圈小、影响力弱，最终难以达成使命。

3. 社交式思政及其有效实施

社交，即社会交往，是人与人在互动接触中互相作用、互相影响的过程和联系。[3] 在这一过程中，人与人之间以符号为媒介进行的交流、磨合，以期达到相互信任、理解、认可和行为的一致。高质量的社会交往，即个体社会化发展的基本动力，也有利于以纽带作用构建稳定、和谐的社会。社会交往在本质上追求平等性，并以此为前提促成彼此信任、理解、认可和行为一致。

社交式思政，即以思政传播者与思政接受者之间的平等关系为前提和基础，以双向交流为基本特征，基于和经历信任、理解、认可的社交质量升格，最终达成预期行为（行为一致）的思政范式。它强调人与人的相遇，突显以人为本的理念。第五媒介时代，首先要直面的是传播主体与接收主体之间的平等关系，这一平等关系成为构建融媒体思政走向社交范式的根本原因。而第五媒介所具有的双向交流、多媒体呈现等技术优势，成为社交式思政得以开展的核心条件。

第五媒介时代，融媒体思政的"说好"，要说到受众心坎里，要促使受众在成为倾听者的同时成为点赞者、传播者、反馈者。由此，居高临下地说、靠单向地说、靠不食人间烟火地说，显然是无法实现的。社交式思政，允许乃至鼓励受众在自己的客户端表达自己的看法、意见、建议。思政传播者在说的同时，在希望对方倾听的同时，在思维上、方式上、渠道上，也对受众的需要、心理、议题给予倾听、移情、回应。如此，方可获得信任、增进理解、取得认可，并最终达成预期。

社交式思政的有效实践，需要在三方面发力。

3.1 需要建立有效的反馈机制

确保及时、全面地接收受众的信息，以及时调整自身的后续工作。要善于利用大数据进行分析，既把握宏观舆情，又做到分层化、细致化，从而有的放矢，更加确切地掌握思政传播中受众的认知度、认同感，掌握受众在"道路自信、制度自信、理论自信"方面的实际思想动态。进而通过多元的舆论引导，针对性的舆论投放，具体的话题情境开展双向反馈。

3.2 需要满足融媒体发展的一般要求

①遵循融媒体条件下的信息传播规律，实现有"主体—客体"关系向"主体—主体"关系的转变，以"互联网思维"建立起平等、密切的关系。②统筹好融媒体内部各平台，使得主流媒体的严肃性、权威性与第五媒介客户终端的活泼性、丰富性之间，实现的优势互补、相得益彰。③减少文字铺叙，增加图片、音频、视频量，并在内容制作注重创新、减少转载，以点击量的增加衡量实效。④打造"跨界型""全能型"队伍，从业者不但要熟悉文字、图片、视频等多种采编方式并在其间切换自如，还要适应信息技术飞速发展的现状，不断加强相关技能学习，避免出现"本领恐慌"。

3.3 需要容纳"社交"的特殊属性

①坚持平等的话语权，使话语内容在落实目的性的同时，追求层次性、具体性、生动性、情感性，以切实发挥"去蔽"功能。②增加受众主体维度的考量，承认受众的"高度自治性"，并据此深刻体悟"去中心化"对内容提供者在思维、语言、载体、方法上的一系列新要求。③坚持以人为本，通过呼应受众的内心渴望、满足受众的现实需要、解答受众的具体困惑，积极关联现实生活中的疑点、难点、焦点，以超出受众预期的产品和服务，实现"口碑式"传播。④打造功能卓越的App，增强服务功能以寓教于助，增强娱乐功能以寓教于乐，增强互动功能以寓教于交流，并以自助餐式的终端界面，满足受众社交自由化、个性化的心理需求。媒

参考文献

[1][美]马克·波斯特著，范静晔译.第二媒介时代[M].南京：南京大学出版社，2005（16）.
[2] 曾念长.商业爱国主义新模式[N].东方日报，2009.
[3] 梁执群.社交心理学[M].北京：中国城市出版社，2006(1).

作者简介：王振荣（1976-），男，中共党员，常熟市融媒体中心党委委员、纪委书记，研究方向：融媒体。

（责任编辑：张晓婧）